

<<新编市场营销理论与实践>>

图书基本信息

书名：<<新编市场营销理论与实践>>

13位ISBN编号：9787542911919

10位ISBN编号：7542911910

出版时间：2003-10-01

出版时间：立信会计出版社

作者：董卫民 等

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<新编市场营销理论与实践>>

内容概要

本书基本按照格言、小故事、理论要点、案例及点评、思考与训练来展开，根据内容要求每个章节各有侧重。

格言一般为名人名言，其作用在于概括本章节的核心理论内容并给人以深刻思考；小故事为引例，通过生动深邃的事例或寓言引出本章本节的理论要点，增加启示性和可读性；理论要点是对本节所涉及的相关理论进行大纲式概括，便于读者学习和掌握；案例及点评是通过典型营销活动及事例对本节理论要点进行演绎，增强营销理论的实用性和指

<<新编市场营销理论与实践>>

书籍目录

第一章 绪论

第一节 市场营销的相关概念和内容

第二节 市场营销观念的演进

第三节 营销道德和社会责任

第二章 企业市场营销环境

第一节 企业市场营销环境因素

<<新编市场营销理论与实践>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>